

% and its production counting on soul of the population - 13 kg slaughter weight.

Keywords: *efficiency of meat production of pigs, resource-saving technologies, rational distribution and specialization.*

УДК-658.62/22

ФОРМИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА ТОВАРОВ В МАГАЗИНЕ «ПРОДУКТЫ»

*К.В. Кудряшова, студентка 3 курса экономического факультета
Научный руководитель- В.А. Асмус, кандидат
сельскохозяйственных наук, ст. преподаватель
ФГБОУ ВПО «Ульяновская государственная
сельскохозяйственная академия»*

Ключевые слова: *ассортимент товаров, товарооборот, формирование ассортимента товаров.*

Работа посвящена исследованию формирования ассортимента товаров в магазине «Продукты». При проведении работы было установлено, что данному предприятию необходимо расширить товарный ассортимент, особое внимание необходимо уделить секции колбасных изделий.

Торговые предприятия должны быть всесторонне осведомлены обо всех необходимых параметрах и потребительских свойствах производимых товаров. Они должны обладать, исчерпывающими знаниями о запросах и предпочтениях своих потребителей, и о возможностях применения на целевых сегментах тех или иных производимых товаров. При этом, наиболее важным является умение оптимальным образом сопоставить первые два условия между собой, с тем, чтобы при ограниченных ресурсах принять такой ассортиментный перечень, который позволит получить наибольший эффект от осуществляемой деятельности и максимально удовлетворить потребности своих клиентов.

Таким образом, можно сделать вывод о необходимости и актуальности разработки инструментария и методики его применения для решения задач оптимизации ассортимента. Целью моей работы ставится формирование оптимального ассортиментного перечня и методики принятия и обоснования управленческих решений по ассортиментной по-

литике с учетом факторов внутренней и внешней среды и в соответствии с тактическими и стратегическими целями торгового предприятия. [1]

Поставленные цели обусловили необходимость рассмотрения следующих задач: понятие ассортимента, его формирования; основные экономические показатели работы магазина; структура розничного товарооборота; структура ассортимента. Объектом исследования является магазин «Продукты» п. Октябрьский, Чердаклинский район, график работы с 8 до 22 без перерыва и выходных. Предметом исследования является ассортимент.

Ассортимент товаров - совокупность их видов, разновидностей и сортов, объединённых или сочетающихся по определённом признаку.

Формирование ассортимента товаров - процесс подбора и установления номенклатуры товаров, соответствующей спросу покупателей и обеспечивающей высокую прибыльность торгового предприятия. [2]

Рассмотрим следующие показатели:

Таблица 1,- Основные экономические показатели работы магазина

Показатели	2009 год	2010 год	2011 год	Отклонение (+;-)	Отношение 2011 года к 2009 году в %
Товарооборот,млн.руб	3,0917	2,656	2,16	-0,9317	69.86
Издержки млн.руб	0,493512	0,519231	0,443924	-0,49587	89.95
Валовая прибыль,млн.руб	0,711080	0,611017	0,496518	-0,214562	69.82
Чистая прибыль.млн.руб	0,217568	0,91786	0,52594	-0,164974	24.17
Торговая площадь,кв.м	42	42	42	-	-
Кол-во работников,чел	3	3	3	-	-
Кол-во тогр.площади на 1 раб,кв.м	14	14	14	-	-

Анализируя данные таблицы, можно сделать вывод, что по основным показателям работы предприятия, наблюдается тенденция к спаду. Это связано с экономическим кризисом и построением конкурирующего магазина.

Таблица 2, – Структура розничного товарооборота

Наим гр-пы товаров	2 0 0 9 год	У вес,% д	2 0 1 0 год	У вес,% д	2 0 1 1 год	У вес,% д	Отно- шение 2 0 1 1 года к 2 0 0 9 году в %
Крупа	50802	1.634	40600	1.528	31800	1.472	62.59
Майонезная прод	20629	0.667	11623	0.437	7623	0.352	36.95
Мука и макарон изд	56500	1.827	49300	1.855	41500	1.921	73.45
Леденцы,жев.резинка	6000	0.194	5930	0.223	4800	0.222	80
Фрукты,овощи,орехи	119800	3.874	110900	4.174	60350	2.793	50.37
Колбасные изд	384980	12.452	309680	11.657	210303	9.736	54.62
Сахар	60830	1.967	52950	1.993	46780	2.165	76.90
Сыр	87560	2.832	79990	3.010	70889	3.281	80.96
Соль	20300	0.656	12804	0.481	8904	0.412	43.86
Чипсы,сухари	7430	0.240	5500	0.207	3480	0.161	46.83
Чай,кофе,какао	63008	2.037	59890	2.254	54300	2.513	86.17
Алкогольн напитки	290990	9.411	233519	8.790	192829	8.927	66.26
Безалкогольн напитки	200506	6.485	150405	5.661	130300	6.032	64.98
Табачн изд	198980	6.435	160080	6.025	120203	5.564	60.40
Хлеб,хлебобулочн изд	230304	7.449	220175	8.287	198344	9.182	86.12
Корм для кошек и со- бак	15550	0.502	14890	0.560	12456	0.576	80.10
Кондитерские изд,вкл шоколад	322948	10.445	310208	11.676	231670	10.725	71.73
Консервы из мяса,мяса птицы	45557	1.473	43769	1.647	40890	1.893	89.75
Консервы из рыбы	100780	3.253	98500	3.707	93400	4.324	92.67
Фруктовые консервы	91110	0.294	83700	3.150	80997	3.749	88.90
Заморож мясные изд	170801	5.524	150797	5.676	133760	6.192	78.31
З а м о р о ж десерты,мороженое	3200	0.103	2140	0.080	1239	0.057	38.71
Молочн прод	250902	8.115	220898	8.315	180950	8.377	72.11
Яйца	63000	2.037	52000	1.957	49900	2.310	79.20
Раст масла	21300	0.688	18500	0.696	15650	0.724	73.47
Жив масла	62603	2.024	56527	2.127	46700	2.162	74.59
Бытовая химия	140330	4.538	110325	4.152	89983	4.165	64.12
Итого:	3091700	100	265600	100	2160000	100	

Проанализировав данные таблицы 2, можно сделать вывод, что наибольший удельный вес в объеме розничного товарооборота занимают такие товары, как: Колбасные изделия 12.452%-9.736%; Кондитерские изделия 10.445%-10.725%; Алкогольные напитки 9.411%-8.927%; Молочная продукция 8.115%-8.377%; Хлеб, хлебобулочные изделия

7.449%-9.182%.

Рассматривая изменение структуры, можно отметить отрицательную динамику, которая говорит о тенденции к сокращению удельного веса товарных групп в общем объеме товарооборота в 2011 году, по сравнению с 2009 годом. Анализируя прирост, выявляются группы товаров с отрицательной динамикой: колбасные изделия, крупа, алкогольные напитки, безалкогольные напитки, майонезная продукция, соль, бытовая химия и т.д.

Далее рассмотрим структуру ассортимента отдельной группы товаров на примере колбасных изделий.

Таблица 3, - Структура ассортимента колбасных изделий за 2011 год.

НАИМЕНОВАНИЕ	Стоимость, тыс.руб.	УДЕЛЬНЫЙ ВЕС,%
КОЛБАСА ВАР. МОЛОЧНАЯ	25795	12.265
КОЛБАСА ВАР. ДОКТОРСКАЯ	20180	9.595
КОЛБАСА ВАР. ЛЮБИТЕЛЬСКАЯ	27149	12.909
КОЛБАСА ВАР. ЭКСТРА	6302	2.996
КОЛБАСА ВАР. СТАРОРУССКАЯ	10684	5.080
КОЛБАСА ВАР. ЛЮБИМАЯ	7500	3.556
СЕРВИЛАТ ОСОБЫЙ	5300	2.520
СЕРВИЛАТ ЗЕРНИСТЫЙ	6320	3.005
КОЛБАСА КОПЧ. ЗЕРНИСТАЯ	7198	3.422
КОЛБАСА КОПЧ. КРАКОВСКАЯ	5500	2.615
ВЕТЧИНА ЛЮБИТЕЛЬСКАЯ	8808	4.188
ВЕТЧИНА ОЗЕРНАЯ	6803	3.234
СОСИСКИ ДОКТОРСКИЕ	5309	2.254
СОСИСКИ СОЧНЫЕ	8140	3.870
СОСИСКИ МОЛОЧНЫЕ	28135	13.378
СОСИСКИ СЫРНЫЕ	19110	9.086
САРДЕЛЬКИ ГОВЯЖЬИ	5370	2.553
САРДЕЛЬКИ ЦАРСКИЕ	6700	3.185
Итого:	210303	100

Как видно из таблицы 3, наибольший удельный вес в ассортименте магазина «Продукты» занимают: сосиски молочные 13.378%, колбаса вар. любительская 12.909%, колбаса вар. молочная 12.265%, затем сосиски сырные 9.086% и колбаса вар. докторская 9.595%. Остальные виды

товаров занимают удельный вес от 5.080% до 2.254%.

В сложившихся условиях конкуренции фирм, занимаясь продажей товаров, предприятия вынуждены особенно четко формировать ассортимент. В идеале, конечно, было бы желательно иметь полный ассортимент товаров на складе, на практике складывается иная ситуация. Проблема состоит в том, что вследствие ограниченности ресурсов фирм, они не могут себе этого позволить. И их цель - выбрать оптимальный ассортимент, удовлетворяющий максимальный спрос клиентов.[3]

Для этого необходимо проводить опрос покупателей, анкетирование, а также различного рода акции для переманивания покупателей у конкурирующего магазина. Эти действия позволят продавцам узнать лучше нужды и потребности покупателей.

Библиографический список:

1. Организация торговли: Учебное пособие / Платонов В.Н. - Мн.: БГЭУ, 2002. – 287 с.
2. Организация торговли: Учебник для вузов / Егоров В.Ф. – Питер, 2006. – 352 с.
3. Савицкая Г.В Экономический анализ: Учеб./ Г.В. Савицкая. – 8 – е изд., перераб. – М.: Новое знание, 2003. – 640 с. – (Экономическое образование).

FORMATION OF ASSORTMENT OF THE GOODS IN SHOP «PRODUCTS»

Kudryshova K. V., Asmus V.A.

Keywords: *assortment of the goods, goods turnover, formation of assortment of the goods.*

Work is devoted research of formation of assortment of the goods in shop “Products”. At work carrying out it has been established that it is necessary for given enterprise to expand commodity assortment, the special attention is necessary to give sections of sausage products.

УДК 633.1:338.43

ЭКОНОМИКО-СТАТИСТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЗВОДСТВА ЗЕРНА

Е.О. Криворотько, Я.А. Куминская, студентки